

**PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER DAN PERAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA
KULINER**

(Studi Pada Warung Makan Mbok Cimplek Jatipuro)



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ENDAH KUSUMA WARDANI

B 100170190

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER DAN PERAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KULINER (STUDI PADA
WARUNG MAKAN MBOK CIMPLEK JATIPURO)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

ENDAH KUSUMA WARDANI
B100170190

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

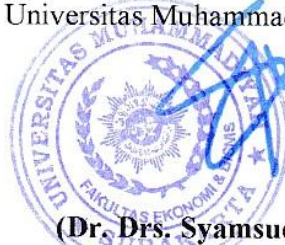
Pembimbing



(Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP-19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER DAN PERAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KULINER (STUDI PADA
WARUNG MAKAN MBOK CIMPLEK JATIPURO)**

Oleh:

ENDAH KUSUMA WARDANI
B100170190

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 21 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Dra. Wuryaningsih DL, M.M.

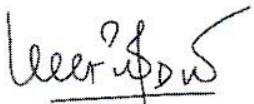
(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.

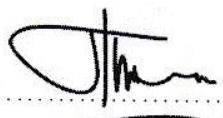
(Anggota I Dewan Penguji)

3. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan penguji)

()

()

()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP-19570217 1986 031 001



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ENDAH KUSUMA WARDANI**
NIM : **B100170190**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER
DAN PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BELI PADA USAHA KULINER
(STUDI KASUS PADA WARUNG MAKAN
MBOK CIMPLEK JATIPURO)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,

HESTILİYANA NUR SAFITRI

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”

(Q.S Ali Imron:139)

“Kalian cukup melihat hasilnya tidak perlu melihat prosesnya “

(EKW)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Saimo dan Ibu Sutrisni yang telah memberikan apa yang saya butuhkan, kasih sayang yang tidak ada bandingnya, kepercayaan untuk menempuh Pendidikan yang lebih tinggi, nasihat yang sering saya langgar, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu.
4. Almarhum Bapak saya Bapak Wardi yang telah memotivasi saya sebelum beliau tiada untuk mengejar Pendidikan setinggi-tingginya.
5. Adik-adik saya tersayang Egy Dwi Kusuma dan Havizhan Rafassya Falerian yang telah mendukung saya.
6. Kakek dan Nenek serta keluarga besar yang telah memberi dukungan serta memberikan doa untuk keberhasilanku.
7. Pembimbing Skripsi Bapak Dr Jati Waskito S.E, M.Si yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan serta pembuatan skripsi.
8. Sahabat serta teman-teman semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan.

ABSTRAK

Industri jasa makanan mengambil peluang untuk berkembang terutama dalam aspek pemasaran karena sangat penting untuk mendapatkan keuntungan pelanggan di seluruh dunia dan memperluas bisnis di era modernisasi baru ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *food vlogger* dan peran media sosial terhadap minat beli pada usaha kuliner Warung Makan Mbok Cimplek Jatipuro. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling dan insidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan observasi. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang diperoleh dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y). Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konten *food vlogger* dan peran media sosial merupakan media promosi yang efektif dan efisien untuk mempengaruhi minat beli pada konsumen karena informasi yang didapatkan melalui konten dari media sosial.

Kata kunci : Konten, *food vlogger*, media sosial, minat beli.

ABSTRACT

The food service industry takes the opportunity to develop especially in the marketing aspect because it is very important to benefit customers all over the world and expand the business in this new era of modernization. This study aims to determine the effect of the food vlogger content and the role of social media on buying interest in the culinary business of Warung Makan Mbok Cimplek Jatipuro. This research is a quantitative research. The sampling technique used is purposive sampling and incidental sampling. Data was collected by using questionnaires and observations. The data analysis method used in this study is the data instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing obtained using SPSS. The results showed that there was an influence between the independent variable (X1 and X2) and the dependent variable (Y). From this study, it can be concluded that food vlogger content and the role of social media are effective and efficient promotional media to influence consumer buying interest because of the information obtained through content from social media.

Keywords: Content, food vlogger, social media, buying interest.

KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Konten Food Vlogger dan Peran Media Sosial Terhadap Minat Beli pada Usaha Kuliner (Studi pada Warung Makan Mbok Cimplek)” sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E, M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E, M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu serta memberi arahan dalam perkuliahan selama ini.
5. Bapak Dr Jati Waskito, S.E, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberi masukan serta nasehat selama penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
7. Orangtua tercinta (Ibu dan Ayah) serta Adik yang tidak pernah lelah, selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat, motivasi kepada penulis sehingga dapat melanjutkan pendidikan dan penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan dan arahan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya serta berharap skripsi ini dapat

bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juni 2021

Penulis

(Endah Kusuma Wardani)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori.....	7
1. Konten.....	7
2. Vlog.....	8
3. Media Sosial.....	9
4. Minat Beli	11
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Hipotesis Penelitian	13
D. Kerangka Pemikiran	15

BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Desain Penelitian	16
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	16
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	17
D. Data dan Sumber Data	22
E. Metode Pengumpulan Data.....	23
F. Desain Pengambilan sampel	24
G. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Karakteristik Responden.....	30
B. Analisis Data.....	32
C. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Keterbatasan Penelitian.....	49
C. Saran-Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden.....	31
Tabel 4. 4 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden	31
Tabel 4. 5 Rangkuman validitas instrumen untuk variabel Konten Food Vlogger (X1)	33
Tabel 4. 6 Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Media Sosial (X2)	34
Tabel 4. 7 Rangkuman Validitas Instrumen Variabel Minat Beli (Y)	34
Tabel 4. 8 Hasil Reliabilitas	35
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Normalitas	36
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Multikolinieritas	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4. 13 Uji t	40
Tabel 4. 14 Uji F	43
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran	15
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	57
Lampiran 3. Tabel Harga Kritis dari r	68